

公共トイレが多目的化している事象について

森田 未来

[指導教員：武庫川女子大学教授 横川 公子]

1. 序論

1-1 研究の背景

不特定多数の人が使うトイレをすべてひっくるめて「公共トイレ」と本論文では定義する。

トイレは使いたいときに無いと困り、私たちの生活において必要不可欠なもののひとつであることに間違いない。

だが、つい最近までは公共トイレというと“汚い、臭い、暗い、怖い”の4Kといわれ、マイナスイメージを持たれていた。ところがここ最近、公共トイレというもののイメージががらりと変わってきた。デパートなどの商業施設を中心に、アロマの良い香りがしたり、一面ガラス張りの壁から都会の景色を堪能できたり、飲料の自動販売機が備え付けられていてソファに座りながらくつろげる空間が設けられていたり、一言で公共トイレとまとめて言うのはなにか違うような場所になってきている。

このようにいつでもどこでも利用できる公共トイレの在り方が大きく変化し、近年メディアに取り上げられるほどの空間になってきているということに注目し、本論文では普段当たり前に使っている公共トイレを、用を足すだけの視点ではなく特に女性の視点から取り上げていきたい。

1-2 関連研究

トイレの歴史研究を参照すると大まかな歴史変遷は以下のようにまとめられる。

- ・安土桃山時代：用を足すときは店のトイレを借りることや、家の厠を貸してもらうことで間に合わせていた。
- ・江戸時代：「路傍便所」と呼ばれるものができ、これが公共トイレの前身ともいえる設備であった。そして浅野総一による便所の改善が進められ「路傍便所」という名称から「公同便所」と改められた。
- ・1990 年頃：百貨店などの商業施設のトイレ改修を皮切りにトイレの在り方を見直す動きが始まった。ニーズに応える設計を行った結果、広いパウダースペースやストッキング交換台など用を足す以外のものがトイレに備え付けられるようになっていった。

1-3 研究の目的

公共トイレの本来の目的はあくまで“トイレ”なのである。つまり、用を足し、トイレットペーパーで尻を拭き、水に流す、これさえできればいいはずの空間なのだ。それがいつしか、化粧直しスペースが設けられ、これがない公共トイレに行くと不便に感じるようになった。

キーワード：公共トイレ、女子トイレ、アンケート調査

では、今後公共トイレはどのように進化していくのだろうか。どのような設備ができ、世の女性にとってどのような役割を果たす空間になっていくのだろうか。公共トイレの今後を考えていると次々と疑問点が浮かび上がってきた。そこで、今後公共トイレはさらに多目的な用途に対応していくのではないかと仮説を立てこれを明らかにすべく、本研究の実施に至った次第である。

2. 本論

2-1 アンケート調査とその結果

現代の女子大生は公共トイレをどんなときにどのように使用しているのかなどの公共トイレの使用実態を調べることを目的としたアンケート調査を実施した。（本大学の学生 87 名に実施）

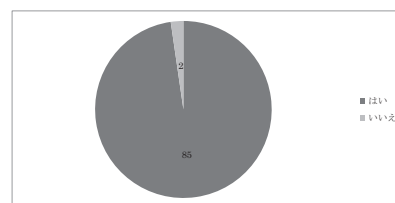


図1 最近公共トイレを使ったか

学校	武庫女
駅	鳴尾駅、梅田駅、大阪駅、難波駅、武庫川駅、阪神三宮駅、宝塚駅、西宮北口駅、金沢駅、尼崎駅、難波駅、地元の駅、鶴橋駅、今津駅、甲子園口
商業施設	LUCUA、グランフロント、三宮 OPA、ミント神戸、神戸大丸、HEP、阪急百貨店、伊勢丹、ららぽーと、地元のデパート、ショッピングモール、阪神尼崎駅内のダイエー
その他	公園、コンビニ、居酒屋、USJ、スーパー、谷町九丁目駅付近建物内、なんば hatch、レストラン

図2 どの公共トイレを使ったか

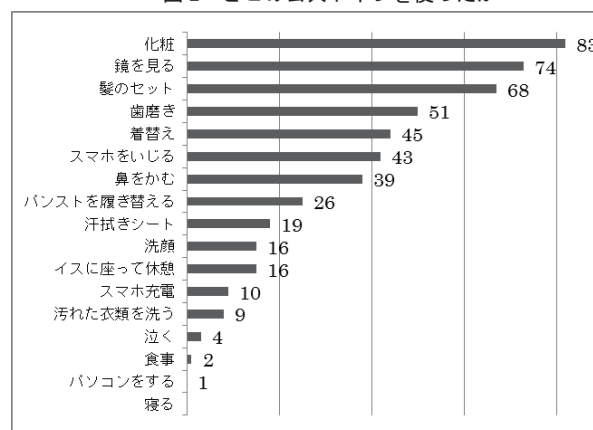


図3 公共トイレで用を足す以外に何をするか

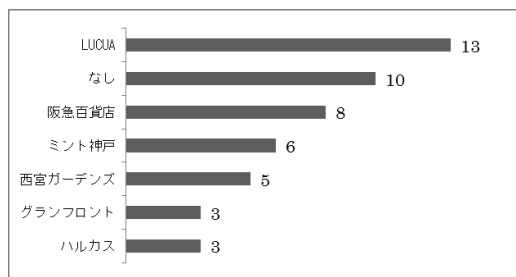


図4 女子大生のお気に入りのトイレ

気持ち	あまり使いたくない、落ち着く場所、綺麗なところなら癒しの空間、少し休憩できるところ、ちょっと一息つけるところ、あまり好きではないところ、ほっとするところ、落ち着ける一人の空間、安らぎの場
目的	メイクチェックの場所、時間つぶしの場所、用を足す場所、自分を綺麗にするところ、緊急場所、身だしなみの整頓、きれいにする場所、買い物中に一息つく場所、動いているときに一度立ち止まる休息所、リフレッシュする場所、休憩場所、化粧などあまり人に見られたくないことができる場所、街中にあるプライベートルーム
公共性	みんなできれいに使うところ、みんなで使うところ、誰もが利用できるもの、公共の場、不特定多数の人が使うのであまりきれいな場所ではない
必要性	便利な場所、ありがたい場所、必要不可欠、ないと困る、あればいい
その他	ニーズに合わせて変化している場所、日本のは整備されている、唯一女性だけになるところ、一言では言い表せない、日本は充実してる、どこにでもある、手入れしてないと非常に汚い、汚いところ

図5 公共トイレを一言でいうとどのような場所か

2-2 実地調査とその結果

調査場所：学校 1ヶ所、PA 1ヶ所、コンビニ 1ヶ所、駅 1ヶ所、商業施設 8ヶ所 →合計 12ヶ所

特徴的な調査結果：

- ・商業施設はリニューアルされたトイレであることもあってか最新設備を設置しているところが多くある。
- ・商業施設のパウダースペースに椅子を設置するところが多くある。
- ・商業施設のトイレは客寄せ重視で、混雑などの配慮に欠けている。
- ・アンケートで人気が高かった LUCUA のトイレは設備面、空間面、どちらも他の施設より優れており、人気の理由がわかる。
- ・コンビニや駅のトイレも昔のような 4K の印象が薄れてきている。
- ・コンビニの共用トイレは奥まったところにあり、悪用する人がいると思う。
- ・調査したすべてのトイレに音姫がついている。
- ・調査したほとんどのトイレに温風乾燥機がある。

2-3 近年の公共トイレ事情

参考文献から読み取った事情を以下にまとめる。

- ・美しいとされるトイレは機能面と心理面それぞれに特徴が

あり、この二点をどう両立していくかが課題となる。

- ・約 8 割の女性が公共トイレでの排泄音を気にして用を足している。
- ・トイレそのものは個室、つまり最小限の空間であり、そこでたった一人になってほっとすることができ、排泄以外にも心理的な意味では小さな空間で心が休まる機能がある。
- ・24 時間いつでも安心して使うことができ、自動車移動時でも安易に駐車して利用できるコンビニのトイレは新たな役割を期待されていることがわかる。
- ・パウダールームはメイクを直す空間ではあるが、出先でくつろげるセミプライベート空間としても利用されつつある。このように滞在時間が長くなったこともあり有料トイレのような独立した空間の必要性が出てきたといえよう。
- ・多機能トイレの利用対象者が広がった一方で、車椅子の人は使いにくくなっている。

3. 結論

今の公共トイレは、気持ち、目的、公共性の 3 つのバランスで成り立っている。アンケート調査からこの 3 つが浮かび上がり、実地調査でそれを目の当たりにし、事情を調べていくうちにトイレの在り方は確かにこの 3 つのバランスで成り立っていることがわかった。

トイレを設置するときはユーザーの声を最も重視しており、今後さらにスケールアップしどんどん新しい設備が整えられていくといえる。よって仮説は成立する。

そして調査を進めるうちにその後の公共トイレの姿も見えてきたのだ。パウダースペースやフィッティングルームが独立し、それだけに特化した公共施設になり、トイレは本来の個室と手洗い場のみのシンプルな姿になるのではない。

そうすることで混雑も避けられ、商業施設はこの独立したブースの種類の多さで集客を競うようになる。ブース化すればコストもその分かるが、トイレ以外のところは有料化しても有料トイレを使う人も少なくない現状なら優良な策といえると思う。

参考文献

- 1)小林純子: 心に響く空間 深呼吸するトイレ, 弘文堂, 2-263, 2009
- 2)逆井宏: 公共トイレのデザイン抄史考, 1996
- 3)はまれぽ.com 「日本初の公衆トイレが横浜にあったって本当?」, http://hamarepo.com/story.php?page_no=0&story_id=1853
- 4)ASCII.jp 「秋葉原駅前に高級有料トイレ「オアシス@akiba」がオープン!」, <http://ascii.jp/elem/000/000/355/355847/>